

Fundación Social para el Desarrollo de la Región del Pacifico

Curso: Diplomado De Profundización

Participantes:

Andrea Idali Jurado

Edna Yurani Jiménez

Jairo Garcés

Luis Carlos Castaño

Segundo Javier Melo

Grupo No. 110011_10

Director: Andrés Mauricio Mejía Martínez

Universidad Nacional Abierta Y A Distancia Unad

Escuela De Ciencias Administrativas, Contables, Económicas Y De Negocios (Ecacen)

Cead Pasto

Diciembre -2018

FUNDACIÓN SOCIAL PARA EL DESARROLLO DE LA REGIÓN DEL PACIFICO

Problemática social:

Colombia es un país tradicionalmente violento producto del conflicto armado interno que padece hace un poco más de 50 años. En las diferentes ciudades y a nivel nacional los altos índices de inseguridad son motivo de preocupación para las diferentes autoridades encargadas de velar por la conservación de la convivencia y seguridad ciudadana, tanto a nivel nacional como local.

Colombia es el país más conflictivo de América Latina y así lo afirman las conclusiones del Índice de Paz elaborado por el Institute for Economics and Peace (2013) nombrado en La república (2014) “se analiza 162 Estados y encuentra que Colombia obtiene el puesto 150, lo que le deja más atrás que México (138), Venezuela (129), Perú (119), Brasil (91) o Chile (30)”.

De acuerdo al último monitoreo de territorios afectados por cultivos ilícitos en Colombia, publicado en julio del 2017, el Pacífico tiene 57,7 hectáreas de hoja de coca sembradas en todo el territorio, equivalentes al 39 % del total nacional, que se ubica en 146.000 hectáreas.

La problemática social que se presenta en la región pacífica de Colombia, no es ajena a la realidad de Colombia, su conflicto armado por más de 50 años, la creación de diferentes grupos al margen de la Ley sin identidad ideológica, el Narcotráfico y sus cultivos ilícitos y sus extensas selvas y bosques lo hacen objetivos de interés, su capital Pasto la cual tomaremos como ciudad modelo para este proyecto de emprendimiento social, su

inseguridad que afecta y tiene un importante impacto social en la comunidad de barrios más vulnerables.

La ciudad de Pasto Nariño presenta altos índices de inseguridad producto de diversos fenómenos como el hurto en sus diferentes modalidades, micro-tráfico, lesiones personales, que se ven reflejadas en altas tasas de homicidios.

La problemática social se deriva de múltiples factores que no solo afecta la comunidad además, es un hecho concreto y visible en la gran mayoría de regiones del país. La falta del diseño de políticas públicas orientadas a prevenir este flagelo se ve reflejado en la falta de educación, empleo, salud, deficientes programas sociales dirigidos a la población vulnerable, genera que muchas personas vean el hurto o la extorsión como un estilo de vida.

Es por ello, que la inseguridad y la violencia en la región no hayan cambiado, este hecho se instala también en las grandes ciudades como Pasto, en esta ciudad enfocaremos el estudio de la INSEGURIDAD haciendo visible la inseguridad para los ciudadanos, sumado a ello, otros problemas sociales, como los hurtos callejeros, sicariato, disputas de territorios por parte de las pandillas, aunque el desplazamiento forzado es una problemática esta también es la causa de la inseguridad que presenta la ciudad, con respecto al consumo descontrolado de drogas en los jóvenes creería que es por falta de oportunidades que estos jóvenes no tienen con respecto a conseguir un empleo digno, con pocas posibilidades de estudiar, para ello nosotros como futuros administradores tenemos un pensamiento de emprendimiento social, que nos permite generar ideas innovadoras en la fundación con un impacto social positivo y enfocarnos en la raíz de esta problemática y tratar combatirla, este problema es más de fondo como es la falta de oportunidad social, económica y cultural en la juventud, Se ve que es claro el tema del desempleo en la ciudades, hay muchos factores que nos han llevado a un índice alto de desempleo como son la falta de proyectos educativos impacten a la sociedad más vulnerable, una política clara para la atención a los

desplazados en las ciudades receptoras sobre esta necesidad inminente, la falta de seguridad.



Fuente: Imágenes Google

OBJETIVOS

Objetivo General

Crear una entidad sin ánimo de lucro Fundación que permita mediante ideas o estrategias innovadoras con propuesta de valor, apoyar a la ciudad en la mitigación de la inseguridad en la ciudad de Pasto Nariño, que como resultado sea una disminución de la criminalidad, la drogadicción, los hurtos y otros delitos conexos.

Objetivos Específicos

- Definir ideas creativas e innovadoras que la Fundación Utilizara para el Desarrollo de su actividad.
- Diseñar el Mapa de Empatía y el Lienzo de negocios CANVAS inicial para la Fundación que permita detectar sistemáticamente elementos que generen valor.
- Indagar y profundizar para poner en práctica la importancia de la gestión del Marketing.
- Apropiar las Herramientas del Marketing Estratégico
- Analizar el comportamiento del consumidor
- Analizar e implementar las tácticas de Negociación.
- Ajustar y consolidar el modelo de negocios CANVAS final que permita detectar sistemáticamente elementos que generen valor.

JUSTIFICACIÓN

La inseguridad atenta contra los derechos fundamentales del ser humano, entre los cuales según la constitución colombiana, están el derecho a la vida, a la libertad (en todos los aspectos) a la igualdad, a su intimidad, con ello obstaculiza el desarrollo humano. Ante este fenómeno el gobierno ha adoptado medidas de intervención a partir de políticas públicas con el fin de prevenir y neutralizar los hechos de violencia y criminalidad que más afectan a los ciudadanos mediante la implementación de programas como el modelo nacional de vigilancia comunitaria por cuadrantes, dirigido por la Policía Nacional, e inclusive promulgando la Ley de Seguridad Ciudadana (Ley 1453 de 2011), pero estas políticas no son suficientes para reducir las actividades delictivas, ni para disminuir el nivel de percepción de inseguridad de los colombianos. Por ello es importante enfocar este proyecto en la inseguridad, por la magnitud, la multicausalidad y las grandes y negativas consecuencias para el desarrollo la persona y sus contextos.

Como estudiantes de la universidad, al elegir este tema de la inseguridad en la ciudad de Pasto Nariño para nuestro proyecto, pensamos en el bienestar tanto de las personas que lo necesitan, en este caso para los jóvenes de estas comunidades que su alrededor está en el consumo de drogas, desplazados y reinsertados y para los delincuentes que sabemos que por cuestión de drogas los lleva a los robos y a hacer daño a la comunidad, entonces pensamos en el bienestar de todos, sabemos que al realizar este proyecto nos hemos enfocado en algo que nos llena de satisfacción, por ello cuando iniciamos el curso en nuestra actividad, lo cual cada uno resalto este tema de la inseguridad, nos pareció sumamente importante para nuestra región y es que hoy en día es uno de los factor más relevante.

Sabemos que con todo el desarrollo de esta actividad logramos aportar mucho para que haya mucho éxito en nuestra empresa la cual será reconocida en la comunidad, y en toda la

región pacífica en donde queremos llegar a otras capitales donde pondremos en marcha este proyecto.

METODOLOGÍA

La Fundación busca conocer la problemática humana y social de los jóvenes de los barrios más peligrosos en inseguridad y violencia de la ciudad de Pasto en edad entre los 10 y los 18 años de edad, víctimas del conflicto armado, la drogadicción, pandillas, que viven en condiciones de vulnerabilidad, las cuales deben estar como potenciales Beneficiarios del Proyecto de la Fundación Social, esto se llevará a cabo en los extractos 0, 1 y 2. La investigación se realizará en el periodo comprendido entre febrero y diciembre de 2018 en la ciudad de Pasto Nariño.

El propósito es proponer desde la visión de una sociedad segura un plan de capacitación y talleres de emprendimiento, la educación y el desarrollo humano para esta población de jóvenes en situación vulnerable para que aprendan de forma innovadora a convertir debilidades en fortalezas, amenazas en oportunidades y a aprovechar de forma novedosa sus capacidades y recursos para crear condiciones económicas, sociales y culturales que les permitan aspirar a una vida plena, con oportunidades nacidas de su propia autonomía y creatividad con el legítimo anhelo de vivir felices y en paz.

La Fundación genera una estrategia en función de la sociedad de la seguridad para fortalecer procesos de vida autónomos y de emprendimiento innovador en adolescentes víctimas del conflicto armado, drogas y pandillas que rodean su diario vivir en la ciudad de San Juan de Pasto.

Este proyecto que plateen no sólo conocer los problemas sino proponer soluciones a partir de los recursos, haciendo posible una mejor vida para los jóvenes más vulnerables de

estas comunidades aportando soluciones reales, para gente que lo necesita, en tiempo oportuno, con los recursos disponibles fortaleciendo la vida de los jóvenes para que salgan adelante con sus propios méritos y conocimientos sin hacer daño a la sociedad y a sus comunidades.



Tomado de :
http://1.bp.blogspot.com/_P0_TR9DQT6U/Sv3CnZdMUgI/AAAAAAAAAJg/vdeSrWnAheE/s320/MAPAUNO.JPG

MODELO DE NEGOCIO

A continuación, se describe cada bloque presente en el modelo de composición del lienzo de Canvas:

Segmentación del cliente

La Fundación identifica y reconoce a los segmentos de clientes sobre los cuales trabajar, y sobre todo intenta averiguar en qué lugares de Pasto requiere más concentración por parte de la fundación, identificando los usuarios que se encuentren en alto grado de vulnerabilidad frente a la violencia que está afectando a los jóvenes de esta región.

La Fundación trabajara en pro de una vida digna de paz, sin violencia para que los jóvenes de barrios vulnerables de violencia e inseguridad de la ciudad de pasto, puedan ver

otra forma de ver la vida, de entender que siendo violentos y generando inseguridad dentro de la misma comunidad no los va llevar por un buen camino, por lo contrario pueden encontrar situaciones lamentables como la cárcel, la drogas, y hasta la misma muerte.

La fundación trabajará con la juventud ya que es el cuerpo social dotado de una considerable influencia en el presente y en el futuro de la sociedad, que pueda asumir responsabilidades y funciones en el progreso de la comunidad

Proposición de valor

La fundación ofrece formación integral en aspectos y valores como desarrollo del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad y desarrollo del gusto por la innovación y estímulo a la investigación y aprendizaje permanente.

Canales

Nuestro canal principal de ventas es el establecimiento ya que la mayor cantidad de clientes objetivos se encuentran cercanos al lugar, podrán ser atendidos personalmente en las instalaciones de la fundación. Sin embargo, también contará con medios digitales y virtuales promoviendo y difundiendo todo este contenido en cualquier medio social (Twitter, Facebook, LinkedIn, etc.) que posteriormente nos permita propagarlo.

Crear un blog con información de la fundación para que los visitantes, clientes y proveedores, conozcan el proyecto y sus actividades realizadas, es idóneo también para dar publicidad a actividades organizadas por la fundación a actos externos en los que participe. Una buena idea es ‘postear’ desde el mismo lugar de celebración del evento para hablar sobre él, intentando recoger todas las impresiones ‘en tiempo real’.

Canales. - Se centra en cómo llegar a los clientes, aquí podemos aplicar las técnicas de marketing, la fundación debe aplicar su oferta de valor mediante la comunicación como también las tácticas de negociación aplicando el neuromarketing mediante elementos audiovisuales,

- Por medios digitales crear una página de internet invitando a los jóvenes a estudiar en el cual se les prestara el apoyo de inscripción y presentación de pruebas.

Relación con los clientes

El servicio directamente, mediante un trato cordial y ameno, buscando así que nuestro cliente se sienta cómodo y bien atendido. La otra forma de relacionarnos con el cliente es digitalmente: mediante las redes sociales, WhatsApp con un enfoque más que todo informativo y comunicacional.

- Establecer relaciones efectivas con los clientes
- Aumentar la visibilidad externa de la fundación.
- Entender las bases en que el cliente juzga la calidad del servicio
- Asegurar la calidad del servicio ofrecido.
- Entregar de manera oportuna los recursos a la población beneficiada.
- Entender las bases en que la población beneficiada aporta a mejorar el programa de la fundación.
- Aumentar la visibilidad del medio internacional en el cumplimiento por parte del Estado a la atención a población vulnerable.

Fuentes de ingreso

La fundación realizara proyectos de convivencia los cuales serán presentados a las entidades gubernamentales para adquirir fondos los cuales servirán para canalizar las propuestas e implementar acciones con los jóvenes pertenecientes al proyecto.

Recursos claves

Entre los cuales tenemos: El humano, capital, el local, marketing, equipos de oficina y mobiliario, tecnología.

Recursos físicos

La fundación debe acondicionarse en un establecimiento que cumpla las condiciones para estudiar y realizar actividades de forma tranquila.

Recursos Intelectuales

La fundación debe contar con al menos una o dos personas conocedoras del tema profesionales empresariales, educativos, en gestión, relación con los clientes, talento empresarial como capacidades y habilidades en certificación de procesos.

Recursos Humanos

La fundación cuenta con los socios activos los cuales aportaría de forma positiva a la fundación, cada uno tendría una función clave como:

Actividades claves

- Los programas del gobierno deben tener como propósito el que la población pueda alcanzar la seguridad el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro.
- Formación integral en aspectos y valores como desarrollo del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido.
- Fortalecimiento de procesos de talleres y trabajo en equipo en torno a proyectos productivos con responsabilidad social.

- Dogma de la conciencia, el derecho y la responsabilidad del desarrollo de las personas como individuos y como integrantes de una comunidad.
- Apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde la perspectiva social, cultural, ambiental y regional.
- Presentación de la Fundación mediante exposiciones con estrategia en neuromarketing

Aliados claves

Fundamental es realizar alianzas estratégicas con los proveedores, Sena Fondo Emprender, Secretaría de Convivencia y Seguridad de Pasto, Secretaría de Cultura Recreación y Deporte de la ciudad de Pasto, Secretaría Departamental de Nariño, Gobernación de Nariño, OG´S, Pastoral Social de la Arquidiócesis de Pasto, Ministerio de Salud y Protección Social, ONU, Fondo Colombia en Paz, Departamento Nacional de la Prosperidad Social, Empresa Privada y Pública, IE Interesadas, Cámara de Comercio de Pasto, entidades financieras, empresas publicitarias, entidades gubernamentales y no gubernamentales, personas jurídicas y naturales, universidad Unad.

Propuesta de Valor

La fundación se enfoca a combatir la inseguridad que actualmente se presenta en la ciudad de Pasto, se ha identificado que los jóvenes son los que más participan en actos delictivos por lo tanto la propuesta de valor se enfoca en las necesidades de estos jóvenes, como la posibilidad de estudiar a cambio de prestar un servicio a la comunidad o empresas publicas donde sus conocimientos sean aplicados en las diferentes organizaciones.

La fundación oferta la posibilidad de estudiar y al mismo tiempo poner en práctica sus conocimientos mediante trabajos sociales.

Estructura de Costos

La fundación haría la viabilidad del proyecto de emprendimiento, la viabilidad del estudio de mercados, estudio técnico y administrativo, estudio financiero y el estudio del impacto del proyecto, ambiental, social y económico.

La fundación debe identificar los principales consumidores de recursos económicos de la fundación.

Costos fijos

Estos siempre van a estar independientemente de la cantidad de estudiantes y jóvenes que tenga la fundación:

- Personal, el pago de nómina, servicios generales mantenimiento
- Suministros, se identifican los arriendos, servicios profesionales, asesorías legales y fiscales.

Costo Variables

Estos dependerán de la cantidad de estudiantes y jóvenes que tenga la fundación:

- Agua, electricidad, telefonía,
- Servicios bancarios
- Gastos varios, materiales de oficina, mantenimiento,

Pitch: cada grupo colaborativo debe vincular a la presentación final o presentar aparte el link del pitch del modelo de negocio, teniendo en cuenta la consulta individual.

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CLIENTES	SEGMENTOS CLIENTES
				
				
				
	RECURSOS CLAVE		CANALES	
				
				
ESTRUCTURA DE COSTES		SOSTENIBILIDAD FINANCIERA		
				

CANVAS SOCIAL FUNDACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO DEL PACIFICO NARIÑENSE

	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CLIENTES	SEGMENTO CLIENTES
<p>Fundamental es realizar alianzas estratégicas con los proveedores, Sena Fondo Emprender, Secretaría de Convivencia y Seguridad de Pasto, Secretaría de Cultura Recreación y Deporte de la ciudad de Pasto, Secretaría Departamental de Nariño, Gobernación de Nariño, OG´S, Pastoral Social de la Arquidiócesis de Pasto, Ministerio de Salud y Protección Social, ONU, Fondo Colombia en Paz, Departamento Nacional de la</p>	<p>Generar productividad en los jóvenes afectados por la violencia por medio de capacitaciones empresariales, y preparación de los jóvenes mediante convenios educativos.</p> <p>Los programas del gobierno deben tener como propósito el que la población pueda alcanzar la seguridad el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro.</p> <p>Formación integral en aspectos y valores como desarrollo del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido.</p> <p>Fortalecimiento de procesos de talleres y trabajo en equipo en torno a proyectos productivos con responsabilidad</p>	<p>Llegar a la población con necesidades orientación y ayuda, de acuerdo con los servicios ofertados.</p> <p>Propuesta de valor. - La fundación se enfoca a combatir la inseguridad que actualmente se presenta en la ciudad de Pasto, se ha identificado que los jóvenes son los que más participan en actos delictivos por lo tanto la propuesta de valor se enfoca en las necesidades de estos jóvenes, como la</p>	<p>Capacitación para el trabajo y realización de actividades productivas de acuerdo con la oferta laboral de la ciudad de Pasto.</p> <p>El servicio directamente, mediante un trato cordial y ameno, buscando así que nuestro cliente se sienta cómodo y bien atendido. La otra forma de relacionarnos con el cliente es digitalmente: mediante las redes sociales, WhatsApp con un enfoque más que todo informativo y comunicacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer relaciones efectivas con los clientes ✓ Aumentar la visibilidad externa de la 	<p>Los clientes serían comunidades desplazadas que necesitan ayuda con respecto a sus necesidades básicas.</p> <p>Clientes pioneros Gente consciente de las necesidades en las comunidades más desfavorecidas.</p> <p>Clientes jóvenes de extractos menos favorecidos.</p> <p>La fundación identifica y reconoce a los segmentos de clientes sobre los cuales trabajar, y sobre todo intenta averiguar en qué lugares de Pasto requiere más concentración por parte de la fundación, identificando los usuarios que se encuentren en alto grado de vulnerabilidad frente a la violencia que</p>

Prosperidad Social, Empresa Privada y Pública, IE Interesadas, Cámara de Comercio de Pasto, entidades financieras, empresas publicitarias, entidades gubernamentales y no gubernamentales, personas jurídicas y naturales, universidad Unad.	social. Dogma de la conciencia, el derecho y la responsabilidad del desarrollo de las personas como individuos y como integrantes de una comunidad. Apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde la perspectiva social, cultural, ambiental y regional. Presentación de la Fundación mediante exposiciones con estrategia en neuromarketing	posibilidad de estudiar a cambio de prestar un servicio a la comunidad o empresas publicas donde sus conocimientos sean aplicados en las diferentes organizaciones. Los beneficiarios lograran un impacto real en sus actividades productivas mediante Capacitaciones. Concepto de alto nivel Adelantar investigaciones de la población y su actividad agrícola, se identifican necesidades, y se realiza la	fundación. ✓ Entender las bases en que el cliente juzga la calidad del servicio ✓ Asegurar la calidad del servicio ofrecido. ✓ Entregar de manera oportuna los recursos a la población beneficiada. ✓ Entender las bases en que la población beneficiada aporta a mejorar el programa de la fundación. ✓ Aumentar la visibilidad del medio internacional en el cumplimiento	está afectando a los jóvenes de esta región. La fundación trabajara en pro de una vida digna de paz, sin violencia para que los jóvenes de barrios vulnerables de violencia e inseguridad de la ciudad de pasto, puedan ver otra forma de ver la vida, de entender que siendo violentos y generando inseguridad dentro de la misma comunidad no los va llevar por un buen camino, por lo contrario pueden encontrar situaciones lamentables como la cárcel, la drogas, y hasta la misma muerte.
--	--	---	--	--

	tendría una función clave.		<p>Canales. - Se centra en cómo llegar a los clientes, aquí podemos aplicar las técnicas de marketing, la fundación debe aplicar su oferta de valor mediante la comunicación como también las tácticas de negociación aplicando el neuromarketing mediante elementos audiovisuales,</p> <p>- Por medios digitales crear una página de internet invitando a los jóvenes a estudiar en el cual se les prestara el apoyo de inscripción y presentación de pruebas.</p>	
ESTRUCTURA DE COSTES La fundación haría la viabilidad del proyecto de emprendimiento, la viabilidad del estudio de mercados, estudio técnico y administrativo, estudio			SOSTENIBILIDAD FINANCIERA Ingresos por donaciones de corporaciones, comunidad e Instituciones, mediante consignaciones bancarias y efectivo.	

<p>financiero y el estudio del impacto del proyecto, ambiental, social y económico.</p> <p>La fundación debe identificar los principales consumidores re recursos económicos de la fundación.</p> <p>- Costos fijos. - Estos siempre van a estar independientemente de la cantidad de estudiantes y jóvenes que tenga la fundación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personal, el pago de nómina, servicios generales mantenimiento • Suministros, se identifican los arriendos, servicios profesionales, asesorías legales y fiscales. - Costo Variables. - Estos dependerán de la cantidad de estudiantes y jóvenes que tenga la fundación: • Agua, electricidad, telefonía, • Servicios bancarios • Gastos varios, materiales de oficina, mantenimiento, <p>Costo de capacitación a los jóvenes, costo de mantenimiento de instalaciones, alimentos, servicios públicos, entre otros.</p>	<p>La fundación realizara proyectos de convivencia los cuales serán presentados a las entidades gubernamentales para adquirir fondos los cuales servirán para canalizar las propuestas e implementar acciones con los jóvenes pertenecientes al proyecto.</p>
--	---

CONCLUSIONES.

La planificación debe ser la base para iniciar un proyecto de negocio, es aquí donde se plasma o donde se traza el horizonte hacia donde se quiere llegar, los negocios rentables lo son así porque previo a su ejecución, hubo un trabajo de planificación llevada a cabo por el administrador financiero apoyado por su equipo de trabajo, así como por otros Gerentes quienes están enfocados en los objetivos diseñados, cada uno trabajando en su propio plan pero concatenado o alineado hacia el objetivo general de la organización, no olvidar que hacer un plan de negocio conlleva hacer un presupuesto, tener disponibilidad de recurso humano, recursos financieros, así como realizar un estudio de mercado.

Los escenarios de negocios son las herramientas vitales para la planificación de negocios, el líder de negocio prácticamente es dependiente de estas herramientas, con lo cual puede elaborar un modelo de negocio, así tener una perspectiva lo más ajustada a la realidad, puede con esto establecer los ingresos y los costos, dependiendo de qué tipo de escenario se presente, esto permite detectar riesgos para poderlos administrar y al mismo tiempo minimizarlos, y así tomar las mejores decisiones para sus inversiones.

La propuesta de valor es lo que hace diferente a un negocio rentable y sostenible, si no existe una clara propuesta de valor es muy probable que lo supere la competencia, se debe explotar esta ventaja competitiva, pero se debe tener el conocimiento que la propuesta de valor base en tres pilares fundamentales, los clientes, los ingresos y la rentabilidad.

Existe una serie de modelos de negocio en los cuales nos podemos apoyar, Delphi, Canvas, etc., pero es el Canvas el más sugerido, dado el aporte que brinda, aporta el segmento de clientes, las actividades clave, estructura de costos, los canales y la propuesta de valor, hacer uso de estas herramientas es tener altas probabilidades de tener negocios rentables y sostenibles con un horizonte de vida lejano.

ENLACES VIDEOS

Link Pitch: <https://www.youtube.com/watch?v=Fq9pehlgiaM&rel=0>

Link pitch: <https://www.youtube.com/watch?v=53qE3rmWSK0>

Link video: <https://youtu.be/k8f06MbNEeU>

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alvarado L. (2013). Neuromarketing, ciencia al servicio del conocimiento. Recuperado de http://neuropedagogiacolombia.com/imagenes/Liliana_20Alvarado.pdf

Muñiz, R. (2011). Marketing en el siglo XXI. Marketing directo. Recuperado de <http://www.marketing-xxi.com/capitulo-9-marketing-directo.html>

Carrión, J. (2007). Técnicas de Negociación. Recuperado de <http://www.dbbe.fcen.uba.ar/contenido/objetos/Carrin2007.pdf>

Granero, D. (2013). Las claves para negociar con éxito. (Video). Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ZWUsqq88kWI>

Muñiz, R. (2011). Técnicas de Negociación. Recuperado de <http://www.marketing-xxi.com/tecnicas-y-procesos-de-negociacion-102.htm>